

医疗数字化创新季刊

数字化解决方案航向大洋彼岸

动脉网
vcbat.top

蛋壳研究院
VCBeat Research



INDUSTRY
ANALYSIS

行业分析

VISIT...

LANZAROTE
Caliente.COM

前言

数字经济是人类通过数字化的知识与信息来实现资源的快速优化配置与再生、实现经济高质量发展的经济形态，能够推动人类经济形态由工业经济向智慧经济形态转化，极大地降低社会交易成本，提高资源优化配置效率，提高产品、企业、产业附加值，推动社会生产力快速发展，是工业4.0和后工业经济的本质特征。

现阶段，中国政府将数字经济上升到国家战略的重要地位，提出要将互联网、大数据、人工智能等数字化技术与实体产业深度融合，要发展数字经济，建设数字中国。在2020年初的新冠疫情中，数字化技术与医疗健康行业之间的结合发挥了举足轻重的作用。数字医疗产业也在此期间得到了长足的发展。

医疗健康作为关系国计民生的重要产业，数字化技术将会带来颠覆式创新，重塑整个医疗健康产业生态。在2020年肆虐的疫情中，国内作为全球抗击疫情的前沿阵地，不仅出色的完成了抗疫任务，并且驰援全球各国。国内的医疗健康产业也因此意识到了出海发展的可能性，从医疗产品到解决方案，都将出海作为自己发展中的下一步机遇。

为了更好地剖析中国医疗产业出海现状，探析未来创新模式，蛋壳研究院通过大量的行业专家访谈和企业调研，结合市场数据，在借鉴相关研究方法和理论的基础上，深度解析医疗健康产业的数字化发展方向，推出《医疗数字化创新季刊--数字化解决方案航向大洋彼岸》，以期为医疗产业参与者的出海提供参考和借鉴。

目录

第一章

疫情引导下的医疗出海大风潮

第二章

直面困境，出海企业的需求与彷徨

企业的七大出海需求

企业出海的五大云需求

第三章

如何选择正确的出海方向？

美国市场：挑战与机遇并存

欧洲市场：机会广泛且需求强烈

东南亚市场：增长快速，尚待开发

第四章

微软加速构筑数字医疗云生态，托起 医疗企业“出海”梦

TREND

第一章

疫情引导下的医疗出海大风潮



2020 年，充满挑战。COVID-19 病毒肆虐全球，传染性极强，人们不得不限制自己的社交以构筑“安全距离”，人员接触受到限制，线下传统服务业几乎停摆，全球经济受到巨大冲击。

在广泛行业都受到新冠疫情冲击之时，医疗健康行业却迎来了自己的机遇点。从防疫物资到新冠病毒核酸检测产品，国外对于此类物品的需求随着疫情的发展始终在持续上涨。这一期间，国内研发生产相关产品的企业获得了大量海外订单，出口到英国、法国、瑞士、奥地利、格鲁吉亚、印度、日本、美国、阿联酋、菲律宾、泰国等成百个国家和地区，在业绩上实现了数倍增长。

此外，还值得一提的是中国在研制新冠疫苗上的绝佳表现力。目前，在全球 11 家所研发生产的已经获批准紧急使用或上市的新冠疫苗企业中，中国占据了 5 席（中国生物北生所、中国生物武汉所、科兴中维、康希诺生物、智飞生物）。在实现国内供应的同时，中国新冠疫苗积极向外出口，供应至塞尔维亚、匈牙利、秘鲁、智利、墨西哥、土耳其等数十个国家和地区。

通过此次契机，海外市场逐渐对中国的医疗健康产品表现出认可的态度。不过，疫情之后，这股“出海”浪潮是否还能持续？从理性上分析，由于疫情供需不足的传统医疗健康产品，如口罩、防护服、呼吸机等，可能并不会形成长期的供应需求。但是**医疗创新解决方案的出海趋势，却更像是一股大潮，继续席卷全球。**

以创新药领域为例。近年来，我国创新药领域在国内多项政策的加持影响下，发展势头愈发猛健。像加快创新药审评审批、加速境外新药进入国内、药品上市许可持有人制度、鼓励优质创新药品与国际接轨等措施的接连出台，加速了医药全产业链的发展，国内的创新药企也如雨后春笋一般涌现。

这一点可以从数据上体现。自 2016 年国家开始加速新药审批速度以来，每年基本都能获批 40 个以上新药。2019 年首次在中国获批的新药有 60 个，包括 4 个中药和 56 个西药。其中，国产新药十余个，占比超过 20%，创下新纪录，这标志着本土创新企业正在成为我国生物制药领域的新生力量。

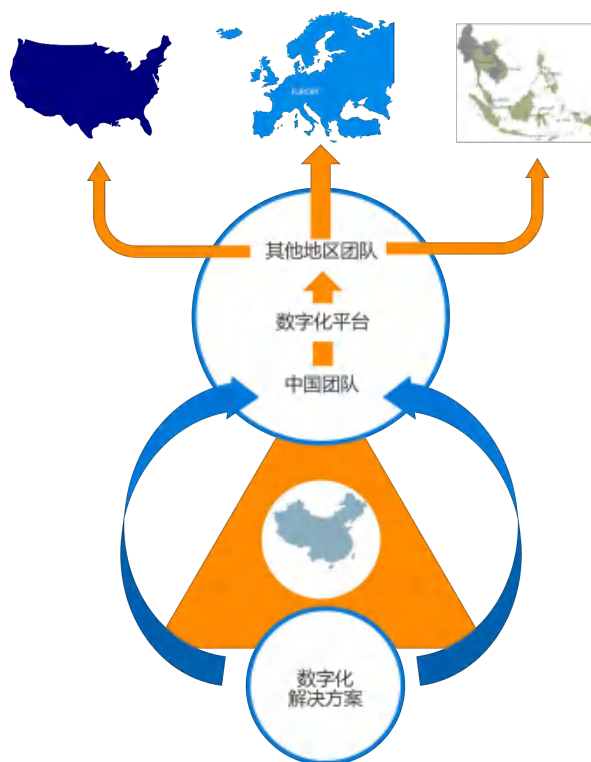
当然，若论及未来医疗市场最坚定的方向，也一定不能落下数字化。国内的数字医疗产业始终紧跟全球的发展步伐，甚至部分细分领域的发展，如互联网医疗产业、人工智能影像产业，部分数字疗法类型，已经领先全球。数字化手段助力医疗健康行业成倍速地发展。随着国家相关政策的驱动，医疗健康行业已经从纸质化运营走向数字化管理的时代。而疫情的发生则更是进一步推动了数字化在医疗健康行业中的发展：线下各企业以及医院的运转受到疫情阻碍停滞，但线上的运转却因此愈发火热。

互联网医疗迎来了有史以来增长最为强劲的发展。人工智能、机器学习、大数据、电子数据采集等技术和平台，正在积极地加入药物研发过程，加速药物研发效率，加速临床试验进程，拉近与医生、患者、企业之间的关系，全面革新制药业务的流程。

另外，随着与国际的不断接轨，越来越多的国际选手也都来到国内市场分一杯羹，这倒逼着国内药企迅速进行成长：要想在行业构筑持续影响力、实现长期发展，国际化舞台是中国本土企业终究要走的路。只有积极主动地参与国际化竞争，才能立于不败之地。

在数字化创新解决方案的出海的过程中，由于全球各国的医疗健康体系不同，因而数字化解决方案并不一定可以顺利的按照国内的经验移植到国外。这点在针对医院/医生端的应用上尤其明显。对于单个企业来说，在切入海外市场的形势尚不明朗时，就组建专门的团队去推进出海工作，是一件比较冒险的事情。

因此，如果将大量数字化企业的需求聚集起来，由有医疗出海赋能能力的企业提供出海指导和建议，或许可以让国内医疗数字化解决方案的出海行程更加顺畅。



DEMAND

第二章

直面困境，出海企业的需求与彷徨



基于旺盛的出海需求，动脉网对部分有出海需求的企业进行了相应的调研，大致梳理了企业在出海过程中的一些痛点和解决方案。

经过调研，我们发现，大部分医疗数字化企业（超过一半）都有开拓欧洲市场的需求，而想在美国开拓市场的企业大概在 30%左右；想在东南亚以及其他地区开拓市场的企业数量最少，占比不到 10%。这也在一定程度上说明了东南亚市场因硬性环境带来的企业运作困难超过了在欧美市场因竞争激烈以及其他因素带来的不确定性风险。

从企业出海的具体需求上来看，大部分数字化企业通常面临以下几个痛点和需求：



(1)找不到当地的代理商、经销商

(2)不清楚当地的招商落地政策，想要知道在当地建立办事处的条件、要求

(3)不清楚当地市场的具体需求情况，对当地的服务对象存在一些疑问

(4)想要知道如何快速在当地建立技术和销售团队，融入市场，与当地企业形成战略合作

(5)想要知道如何与当地医疗机构进行数据分析等资源沟通

(6)想要知道在当地服务过程中，如何保证数据存储的合法、安全、便捷

总体上看，医疗企业对于出海的思路还比较迷茫，对于出海的路径规划、团队搭建、当地的法律法规问题等都有这不同程度的需求。但是出海的需求是切实存在的，企业都希望借助出海的途径打开更广阔的全球市场，将其打造成自己的第二增长点。

其中的一部分需求，可以通过采购相应的专业服务实现，比如当地的招商政策、合规问题，可以通过专业的法务团队获取。而其他的一些问题，比如当地市场的具体需求，当地的资源对接等，则需要更加强大的落地团队支持。这些就不是简单的花钱就能买到的服务类型了。

对于数字化的解决方案来说，与国际云平台，如 Microsoft Azure、AWS 或 Google Cloud 合作出海可以应对其面临的很多需求。这些云平台背后的科技企业在海外都有成熟的生态链条，从市场到资源对接一应俱全。

比如在渠道商方面，如果产品搭建在科技公司的云平台上，那么解决方案就可以由科技公司在当地的销售团队通过 Cosell 的方式推广，直接充当渠道商的角色；对于当地的需求把控，科技公司的当地团队同样可以在日常的工作中持续收集当地医疗健康产业的需求，并相应引荐优质解决方案；对于合规方面的问题，由于数据和服务都在云平台上发生，底层云平台在数据管理上的和合规性就可以解决大部分数据合规的问题。

我们在与企业之间的沟通中落到企业具体的数字化/云需求上，主要包括以下几点：

- 1.云服务需求：影像云存储、AI 分析。**
- 2.建设信息发布平台，可以发布出海器械的销售量排名、销售额排名。**
- 3.云服务、数据安全与存储**
- 4.数字化慢病管理**
- 5.电子病历搜集系统、电子版文件管理系统、分析系统、云服务、随机分组系统、临床试验的管理系统、远程和独立的影像阅读等**

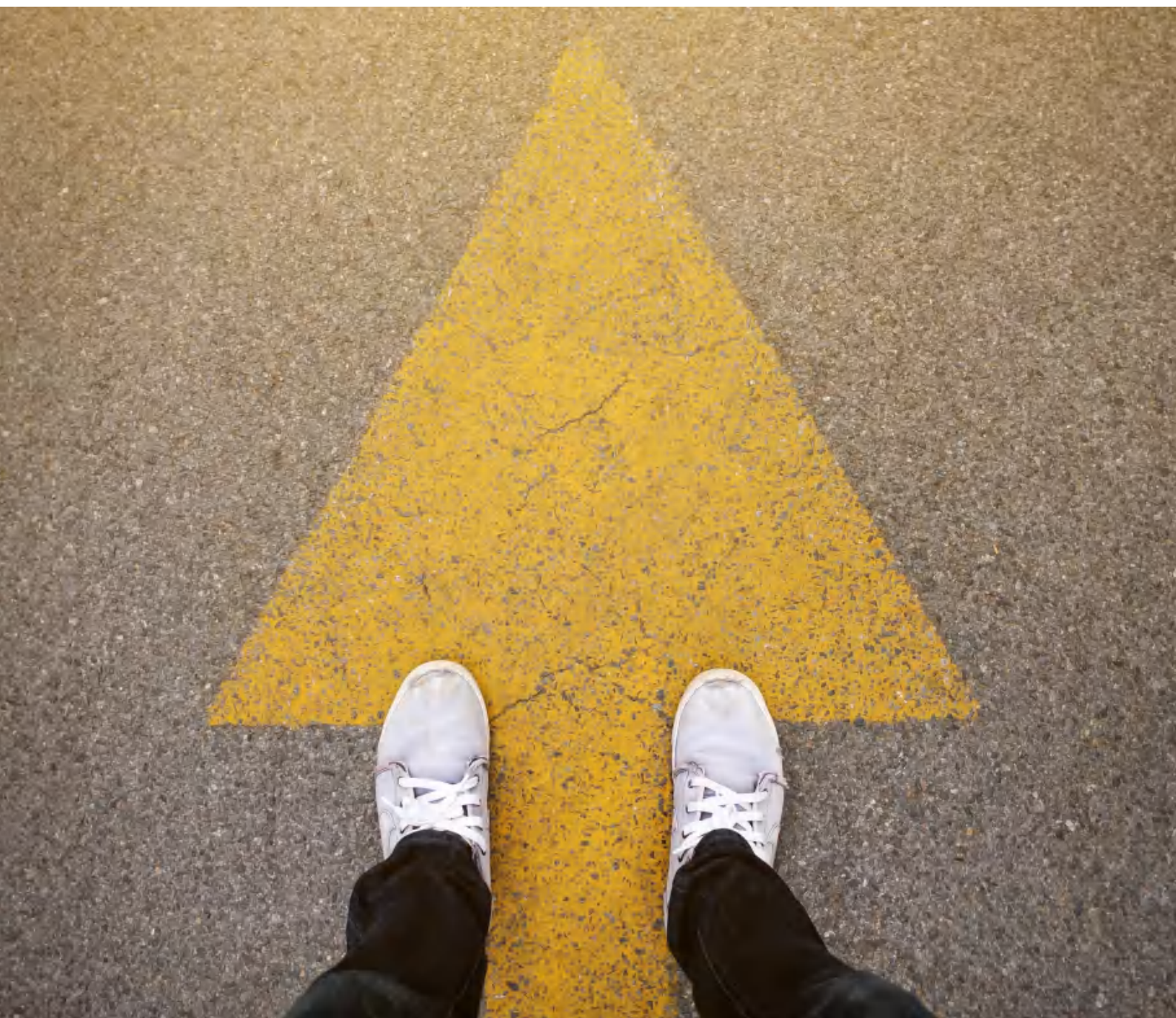
此外，无论最终出海的目标市场是美国还是欧洲市场，亦或是东南亚市场，企业反映的普遍问题有两个：一是物流问题。海外国家的物流不如中国发达，成本高昂。以医疗设备举例，企业反映，有时候一台医疗设备的物流费用甚至超过了其本身的售卖价格；二是海关报关问题。大多数企业表示，海关报关问题常常让他们感到头疼：这是因为海关报关流极其繁琐，使得企业常常要花费许多的精力和时间。

DIRECTION

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

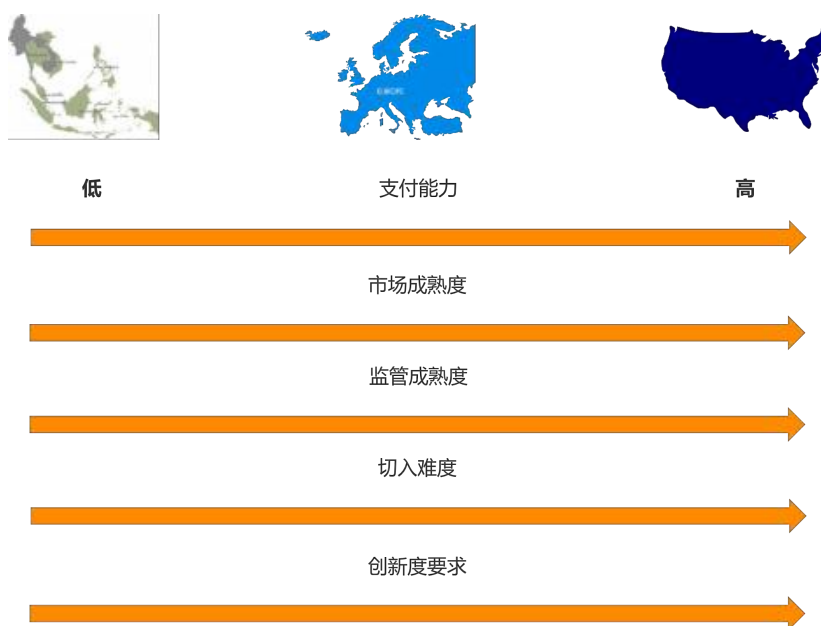
第三章

如何选择正确的出海方向？



出海是大趋势，而在大趋势之下的方向选择对于企业来说则更加重要。对于当下国内企业的出海来说，美国、欧洲和以东南亚为代表的发展中国家地区是目前我们希望集中讨论的三大出海方向。这三大方向由于各自医疗健康环境的不同，使得企业在出海过程中的策略选择也有所不同。

当然除了这些地区之外，日韩地区也是重要的医疗健康产业出海方向。但是由于人种、文化、医疗健康体制的相近，日韩地区的出海与更广阔的全球市场出海有比较大的不同。而且已经有很多医疗健康产品出口日韩，当地的落地咨询也相对容易获取，因此在此处不做深入讨论。



1. 美国市场：挑战与机遇并存

客观从消费市场角度看，美国是全球最大商品进口国，人群消费潜力巨大，众多优质企业到海外上市的首选也是美国。若从主观视角切入，对于中国本土企业来讲，“出海”的一个基本前提是对目标海外市场有充分了解，而众多医疗行业企业的创始人大部分都是海归，留美人士居多，这部分人群对于美国的市场、政策法规相对有更充分的了解。这是大部分中国优质本土企业首选美国市场发展的主要原因之一。

另外，美国作为超级发达国家，在医疗行业的政策法规方面做到了国际化、标准化、透明化，在不存在贸易限制的情况下，选择进入美国市场在政策法规上面临的不确定风险相对而言比非发达国家更小。美国科研氛围浓厚，顶尖人才荟萃，创新创业气氛十分活跃，产业/技术发展在目前在世界遥遥领先。在美国市场立足，意味着企业在全世界建立了竞争力。

借助美国 FDA 成熟的法规要求和产品注册体系，企业向美国出海还有另一层考虑。对于部分目前国内监管

体系尚不完善的医疗产品类型，借助美国完善的监管体系，在美国申报上市获证，以证实其产品的临床价值，帮助产品在其他地区市场的销售。

但从客观角度上看，美国医疗市场高度发达，竞争激烈，在创新药、械、数字化解决方案等细分领域市场大有“自给自足”之势，对内输入需求相对较弱。再加上近年中美关系愈发紧张，中美贸易摩擦的持续很大程度上会影响到中国企业在美国市场的立足与发展。

因此进军美国市场更像是一把双刃剑，在一片已经发展成熟的完善医疗健康体系中想要占有一席之地，可并不是件容易的事情，成则谓之勇，败之则愚至极。

2. 欧洲市场：机会广泛且需求强烈

对于中国本土企业选择的出海目标市场而言，欧洲市场是仅次于美国的大市场，该地区，民众在医疗行业的消费潜力十分值得期待。

相对于美国医疗行业的激烈竞争态势，欧洲市场稍有缓和，对于中国企业似乎也更为“友好”。从政治视角切入，相比于美国单一国家的政治意向，欧洲组成国家更为多元。欧盟虽为一个整体，在产品获批上是统一认证，但具体来看，欧盟各个国家的产品流通渠道却不一样。因此，相对多元化的环境能够保证企业拥有更合理的供应链分配，在其间的发展不易大幅度受到某一个国家的牵制亦或是冲击，规避了许多在政策限制上的严重风险。

除此之外，同美国市场类似，欧洲市场的国际化政策标准、创新创业氛围、顶尖科研环境对于中国企业开启国际化视野、了解产业前沿技术和产业发展都是非常好的学习机会，欧洲本地所能提供的全球化优秀人才也是中国本土企业建立全球化人才团队所必不可少的。

因此综合来看，欧洲市场从市场成熟度、支付能力、友好度等多个方面，对于中国企业似乎都是个相比美国市场更值得一试的选择。

3. 东南亚市场：增长快速，尚待开发

相比美国市场和欧洲市场，企业在东南亚几乎不会遇到什么正面竞争。此外，东南亚市场人口基数更大，医药产业却相对薄弱，对于部分医疗产品存在广泛的需求。从理论上讲，东南亚市场对于产品的消费意愿会更加强烈。然而，东南亚市场的支付能力相对偏低。

在东南亚所有的国家中，除了新加坡较为发达之外，印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、越南等国基本都仍处于典型的发展中国家状态，因此在购买力上不能与美国、欧洲市场相提并论。好在近些年部分东南亚国家（以占地面积最大、人口最多的印尼为例）保持着还不错的经济增长，国家开始实施的新国家医保计划也在近两年持续扩容，使得该市场民众对于更多的药品/器械等有了更高的支付可能性。一方面是落后的医疗产业，一方面是经济增长带来的旺盛医疗需求，东南亚市场有待中国企业开拓。

当然，也应该充分正视东南亚地区因欠发达所带来的硬性环境上的限制，这种限制对于数字化解决方案一类的产品所显现的掣肘更为致命。数字化解决方案往往受到机器算力的支持、稳定云平台的支撑才能实现比较好的运作结果。但对于某些贫困国家而言，其医疗体系的信息化程度，可能会制约数字化产品在当地的落地过程。

基础设施不完善、运行效率低下、政策法规不健全等都是企业在东南亚进行发展最大的棘手难题，甚至是导致企业在东南亚市场最终血本无归的主要因素。对于企业自身的成长来讲，东南亚市场在前沿技术支持、全球性人才供给上的表现甚至不如国内。

总的来说，无论是想寻求美国市场、欧洲市场或是东南亚市场的发展，企业一定需要保证的三点要素是：

- 1、技术/产品过硬，有足够的能力和国外企业进行同台竞争；**
- 2、对目标市场有足够深入的了解；**
- 3、有充足的财力支撑在海外业务的前期开拓。**

第四章

微软加速构筑数字医疗云生态，托起医疗企业“出海”梦



新常态下，中国医疗企业快速复工复产，抓住契机向海外输出防疫物资及核酸检测产品，出海业绩实现数倍增长。随着医疗创新越来越多，国内市场的争夺呈现白热化，众多医疗企业把目光瞄准到海外市场，出海成为医疗创新发展的必然趋势。医疗行业企业如何快速安全出海？有哪些可以助力出海的产品使用？早已成为大家重点关注的话题。

微软提供‘搭积木’的所有平台，通过云计算赋能医疗界的每个企业出海成功。



——微软大中华区云计算商用解决方案总经理陶然

近几年，微软开始发力帮助国内医疗行业出海，依托微软全球强大的医疗行业合作伙伴及客户生态，为中国药企、资源以及医疗初创企业提供出海云计算、合规以及医疗数据架构支持，来加速海外市场拓展速度并降低企业出海风险。

微软智能云，能解决优化业务运营、密切客户沟通、予力赋能员工、转型产品服务的四大场景基本问题，加速医疗产品对整体市场的推动。而基于 Azure 平台的微软智能医疗云，则能提供可信的健康云能力，协助医疗行业加持医患互动、组织协同、程序开发等的数字化能力，赋能医疗行业在出海时能以更好的体验、更深的洞察和更优质的服务，来改善患者体验、赋能团队协作、加速海外业务增长。

出海，安全是重中之重。微软智能医疗云是围绕保护健康信息而构建的，能支持端到端的安全隐私，能确保医疗数据在出海过程中的安全性，减少因数据泄露导致的安全问题。

只有创新产品和技术还远远不够，医疗企业出海还需打通海内外的沟通链路。微软一直在联合行业智库及行业合作伙伴举办出海系列活动和大赛，实现海内外链接，用实际行动激励企业走向全球市场，抢滩上岸。

未来赋能智慧医疗，抢占医疗创新赛道

作为技术行业到医疗行业的跨界者、创新者和开拓者，微软一直致力于用数字技术创新医疗健康行业生态，用行动创新推动医疗企业出海，从而链接医疗的更多可能。

目前，微软已经打造微软医疗数字联盟，聚焦医药、保险、出海和创新，与行业智库一起聚拢行业合作伙伴，举办“AI 心助医，转型突围”、“IPS 系列大赛”、“出海研讨会”等系列活动，赋能本土企业和生态企业打造更多的数字化能力，并且链接海内外医疗生态，创新行业生态，激发转型潜力。

未来，微软也将继续深耕医疗行业，改善病患沟通，加强医疗团队协作，提升运营和诊疗数据洞察，确保

云计算的互操作、安全、可信，以微软庞大的全球医疗合作伙伴生态系统，为医疗行业创新转型和出海抢滩提供后备支撑，共建数字化医疗行业生态，共创医疗美好未来。



免责声明:

本报告的信息来源于已公开的资料和访谈,蛋壳研究院对信息的准确性、完整性或可靠性不作保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映蛋壳研究院于发布本报告当日的判断,过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期,蛋壳研究院可能发布与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。蛋壳研究院不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时,蛋壳研究院对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改,投资者应当自行关注相应的更新或修改。

版权申明:

本文档版权属于蛋壳研究院/北京蛋黄科技有限公司,未经许可擅用,蛋黄科技保留追究法律责任的权利。

蛋壳研究院(VBR):

蛋壳研究院关注全球医疗健康产业与信息技术相关的新兴趋势与创新科技。蛋壳研究院是健康产业创投界的战略伙伴,为创业者、投资人及战略规划者提供有前瞻性的趋势判断,洞察隐藏的商业逻辑,集合产业专家、资深观察者,尽可能给出我们客观理性的分析与建议。

研究人员:



陈宣合 研究员



郝翰 研究员



微软数字化医疗小助手